

INFORME DE CONSULTORÍA

La Cooperativa de Servicios Múltiples Tallán Chusis (COSTACH),
de algodóneros del Pima en la zona de Piura, Perú.

Historia, balance y perspectivas

Michel Dulcire
Cirad UMR Innovation
Montpellier- Francia

28 de marzo – 5 de abril 2012
Piura, Perú

Nota preliminar

En el marco del programa ‘Empowering Smallholders Farmers In Markets’, ESFIM, tanto en investigación colaborativa como en investigación comparativa, (véase

<http://www.esfim.org/esfim/policy-development?lang=es>),

se trata de trabajar con organizaciones de productores.

Este informe es producto de intercambios con el equipo de Costach, y unos de sus ‘aliados’.

Agradezco mucho al equipo de Costach que organizó el programa, y a todos los que aceptaron intercambiar conmigo.

Tanto por la duración de estadía (corta) como por la amplitud y la novedad de su historia para mí, no puedo ambicionar dar una visión global, sistémica, ni tampoco comparativa, del proceso de asociatividad cooperativista que representa la trayectoria y los actores de Costach.

Nota: las frase y partes de frases entre “---” son citas de lo expresado por los mismos entrevistados.

Palabras Claves: algodón - asociación – cadena de producción - cooperativa – ESFIM - organización – Perú

Historia, (muy) breve reseña

A partir de los años 80 los pequeños productores de la zona son estrangulados económica e institucionalmente: hubo un proceso de atribución individual de las tierras colectivas; lo que se tradujo por la desestructuración del cooperativismo de los años 70; y desaparecieron progresivamente los proveedores estatales de servicios hacia los pequeños productores. “Que la tierra sea de quien la trabaja” fue “mal entendido”, “todo eso mató al asociativismo”.

Ocurrieron varias adversidades: climáticas, como El Niño; económicas, por el precio internacional del algodón; políticas, por las decisiones de los gobiernos,... El Tratado de Libre Comercio (TLC) ha tenido efectos negativos para los pequeños algodóneros piuranos. En particular la reducción de los aranceles a las importaciones afectó al algodón de fibra larga importado de los EE.UU., lo que ha participado al desbaratado de la organización algodónera.

En los años 70-90, el algodón Pima Peruano, de la zona de Piura, fue importante: el 90% para exportación en mercados internacionales, y el 10% para el mercado nacional. Tradicional y reconocido, representa un “patrimonio cultural”. En cuanto a este mismo algodón, la Federación Regional Agraria de Piura (Fradep) inició a mediados de la década del ochenta un proyecto de exportación directa de algodón Pima, que fue un fracaso, por falta de un real proyecto colectivo. Luego la Federación desapareció, junto con las cooperativas algodóneras.

Las desmotadoras: hace 20 años existían unas 10-12 desmotadoras. Varias fueron compradas y destruidas, quedan 3. Los sub-productos no son reconocidos a la compra al productor.

Las 3 fases de reconstrucción del movimiento cooperativista de algodóneros del Pima

→ 2004-2007, construcción de la Cooperativa de Servicios Múltiples Tallán Chusis¹, Costach Ltda, nace como iniciativa de grupos: 3600 familias ex-cooperativistas participan. Se organizaron 3 reuniones en cada una de las 7 comunidades.

→ 2007-2010, consolidación, legitimidad. Paro agrario regional (1r de mayo de 2007), en particular solicitud al ministro mismo de una planta desmotadora propia, con términos de referencia: “se juntan para accionar”. Pero el MAG no lo ha cumplido todavía.

La Cooperativa de Servicios Múltiples Costach, cooperativa de segundo grado, fue creada bajo los principios de la economía solidaria², e inscrita en los Registros Públicos en el año 2007. Economía solidaria: lograr la solidez económica, con la solidez colectiva (Costach).

Se organizaron foro y reuniones en el 2008, y se aprobó en septiembre de 2008. Las 7 asociaciones (San Miguel; Juan Velasco Alvarado; Negri Ulloa; Cumbibira; Túpac Amaru; San Isidro; Sánchez Cerro) y las 2 comunidades (San Juan de Catacaos; San Martín de Sechura) tuvieron que convertirse en personas jurídicas, y aportaron el capital. Costach adquiere una oficina/sede en Catacaos en 2009, y recluta 2 secretarías.

→ A partir de 2010, esfuerzos organizativos

Costach integra ahora a 5600 familias productoras de algodón Pima. El área promedio por afiliado es de 3-5 Has. Se cultiva el algodón en la campaña grande, diciembre a junio, y (por las pocas entrevistas) la mitad del área en la campaña chica, con cultivos alimenticios, tubérculos, maíz, frijol, algodón,... antes de volver a sembrar el algodón.

Los 3 ejes estratégicos de Costach:

¹ Su nombre contempla dos culturas precolombinas de la zona algodónera Pima: los Tallanes y los Chusis.

² Economía solidaria: proceso de organización económica social (‘colectiva’), que quiere aumentar el capital común para el servicio (no hay “utilidades”).

- Asociatividad inclusiva y participativa.
- Valor agregado (retomar progresivamente parte de la desmotadora, de la hilaría, ...)
- Recuperación del mercado (después de 21 años de monopolización).

...“por ser más sencillo el arroz”...

El arroz ha invadido muchas parcelas desde las condiciones de la presidencia Fujimori. Las áreas de algodón han sido progresivamente reemplazadas por arroz, por parte debido al mejor precio del grano en el mercado.

Las consecuencias para la valorización del agua: el arroz ocupa 2 veces más agua, tal como la caña. Las consecuencias para el medio ambiental, en una región con un pendiente débil: problemas de drenaje; inundaciones en pueblitos; multiplicación del zancudo (dengue, paludismo); plagas; desgaste de agua y aumento de la tasa de sales.

En contra del arroz en la zona Piurana, “al servicio de la humanidad” necesitamos un “cultivo alternativo que sea rentable. Solicitan al Ministro, ampliar el monto y el plazo del crédito para “promocionar tal cultivo”. El precio es el motivo esencial para los asociados. La tasa interna de retorno aumentó, va a regresar a los productores por los servicios: aquí está la gran diferencia, “ellos no lo saben todavía”. Se les explicará en la plenaria de finales de mayo. Y completa Costach, que tienen que darse cuenta que es “una organización de ellos...”.

Se ha mejorado la presencia efectiva de Costach. Ha logrado: hacer aumentar el precio de compra en 2011; tener una carta de presentación; iniciar la gestión del proceso en 2011 y mejorarlo con otros actores en el 2012. La organización está poco a poco “reconocida”: los alcaldes distritales decidieron (2010) financiar parte del “Foncomún” para la planta desmotadora de Costach. Ya Costach ha adquirido una parcela de 3,30 Has, donde se implantará esta empresa desmotadora y aceite. Un estudio económico demostró que serán 5 años de reembolso. Los problemas son de tener el 30% del capital inicial, lo que están todavía gestionando, y de evitar las presiones: “lo importante es iniciar”, concluye un delegado.

“Los agricultores asociados tienen una participación directa”: reuniones donde eligen a los delegados, preparan con ellos los sus propuestas para la asamblea, y restitución. Unos son humanos pero “reaccionarios”, otros “retoman en el pasado”, pero si funciona...

...Asociarse...

La asociatividad considera tener intereses similares y un mismo objetivo para dar respuestas colectivas de calificación del algodón. a realizar, formando así una asociación en particular. Se caracteriza por ser un principio de convivencia voluntaria e igualitaria con respecto a la decisión. Es un proceso organizacional, con reglas..., que logra construyendo confianza, aplicando compromiso, trabajando junto, identificando propósitos, objetivos, metas e intereses comunes. Uno de los objetivos es volver a conseguir posiciones estratégicas de mercado.

El “Oro Blanco de Piura” se cotizaba en la Bolsa de Valores y era requerido por la finura de su fibra, por su longitud. Los 60 mil hectáreas de Pima en los años 60-80, bajaron a 1500 Has en 2010. Las acciones de Costach y de sus aliados facilitaron que vuelvan a “a pintarse de blanco los campos”: 10 mil Has en 2011, 12 mil para esta campaña.

Los cambios en 2011 ¿Cómo romper el monopolio. Con la asociatividad...

Asociación naciendo, empezó actuar de efectivo en el 2010, con gestión de préstamo, y exportación propia.

Democracia asamblearia: son 4-5 delegados elegidos por las asambleas de sector (7) y comunidades (2), que componen la asamblea de delegados (AD, junta general). Esta última

elige a su vez entre ellos mismos a 7 miembros del consejo de administración (CA) y a 5 para el consejo de vigilancia (CV, fiscalidad, control interno). César Zapata fue elegido como presidente. Quedan 33 delegados electos en la misma asamblea de delegados. Tienen que participar en las reuniones de los sectores y de la cooperativa y restituir las conclusiones y preguntas. La Asamblea General (Plenaria) de agricultores elabora las recomendaciones.

Les faltan recursos iniciales, que el entrar en un proceso de negociación les permitió generar. En el 2011, 20 millones de soles de parte del MAG para la campaña, con una tasa de recuperación de 98-99 % (Costach lo compara al 80 % para otros programas del gobierno, y la tasa “usual de recuperación de 90-95%”). “Los funcionarios públicos están así”, favorecen a los grandes y no a los pequeños y medianos, por la falta de una banca especializada en el desarrollo agropecuario individual. Agrobanco “es una entidad burocrática que ayuda poco al productor”. Costach se puso y se pondrá como garantía, “lo que facilita todo el paquete”.

La campaña 2011 también fue el primer año de acción ‘post-cosecha’ para Costach, “asociatividad empresarial solidaria”. La planta desmotadora contratada en el 2010 hizo el desmote y el aceite. En la planta estuvo presente un recepcionista de Costach, 2 secretarias. No tomaron en cuenta las características del algodón (finura, resistencia, y largo de hebra). Pero sí clasificaron por calidad “al ojo” (grados 1 y extra para el Pima de Perú) las entregas de los agricultores. Diferenciar los precios implicará construir un sistema de control, y la capacitación adecuada (está prevista una con Agriterro). Almacenaron en la misma empresa los lotes numerados, c/q 500-700 kg de fibra / almacén de la desmotadora. Salieron los fardos (carga de 1 q de fibra).

Los productores conformaron en mayo de 2011 la “Comisión de negociación del precio del algodón Pima de la Región Piura” (representantes de Juntas de usuario, de Comités de productores). El precio propuesto de S/. 140 el quintal rama fue actualizado a S/. 200 en junio, propuesta llevada por Costach.

En 2012 el MAG (fondo Agroperú) puso a disposición (“más por presión política”) de Costach 12 millones de soles de crédito para el acopio, el desmote y la comercialización de 120000 qq de algodón rama de exportación, a través de Agrobanco; con una tasa de 1% mensual. También generó otra línea de crédito (S/ 7,8 millones) para el mantenimiento de 2000 has en el Bajo y Medio Piura (800 familias). Argumentó el MAG en “la confiabilidad crediticia lograda por los pequeños productores agrupados”, y en el promover “la competitividad de la cadena productiva” del algodón. Un “crédito cómodo”, que tuvo “bastante éxito” comentan los operadores. Costach y los operadores de Agrobanco hablaron de “renacer” en 2012, sea volver a empezar “aprendiendo de nuestros errores” del 2011. El operador comercial del año pasado será agente comercial en 2012. El MAG es aliado “objetivo” de Costach.

Volver a posicionar el algodón Pima peruano en el mercado internacional.

El algodón, “cultivo nuestro”. El Pima peruano es un cultivo excepcional a nivel industrial, por su fibra extra larga: sus finura, resistencia, y largo de hebra (40-45 mm). El 2% de la producción mundial es extra-larga, por lo que el algodón Pima representa un mercado de nicho, que es muy importante asentar (reforzar), tanto para el país como para el departamento y los mismos productores.

Además tiene raíces históricas, culturales, y económicas. Por los últimos años se desvaneció su reputación. El monopolio se niega a pagar precios justos, mientras que sí importan algodón de menor calidad, subsidiado, a precios muy superiores. Se debe a la inequidad del mercado. Señalaron el “juego sucio” por parte de los importadores de algodón de otras partes del

mundo, a través de empresa americanas, y con ello se evitan el pago de los aranceles de los cuales los EE. UU. están libres por el TLC. Y lo peor de todo. “están haciendo ropa con algodón corriente importado, y se pone que es peruano” para exportarla como si fuera elaborada con Pima Peruano.

Por lo que los mismos productores tienen que volver a construirlo como producto de nicho, para “reponerlo” en el mercado. El algodón Pima es considerado como “producto bandera”. Un producto bandera no necesariamente hace parte de los "campeones de la exportación", sino más bien representa un artículo emblemático, de identidad, a lo que se debe garantizar su protección en los diversos ámbitos de la economía nacional e internacional, ya que ayuda a difundir la imagen del país (Indecopi). El Perú es la sede de origen del algodón en América Latina, donde las culturas precolombinas lo ocuparon para tejer prendas. Se considera al Pima como el primer del mundo, junto con el Giza de Egipto, con una calidad “única”, sea típica.

Varios enunciaron como prioridad de que se logre la denominación de origen al algodón peruano, para potenciar su producción y proteger su mercado, y un relanzamiento del algodón Pima como parte de un complejo sectorial textil orientado a la producción de prendas finas.

¿La asociación como herramienta, y/o la asociatividad como estrategia? El objetivo de obtener (re-construir) la imagen del Pima, y que beneficie de manera directa a los pequeños productores asociados. En el 2005 había alcanzado US\$ 180 el precio del quintal.

Director de competitividad agraria del MAG, y trabajo de promoción de asociación. Han colaborado desde 5 años con Costach, “estructurándose” poco a poco. Es necesario agilizar los trámites (fundo Agroperú, Agrobanco): importante para el Estado que la organización (en general) quede más sólida, que perdure. Los programas actuales de apoyo a la organización permiten beneficios inmediatos, nada más. El problema central es la comercialización. Dilató bastante en el 2011 (acción por 1ª vez), Costach no logró captar el mejor algodón. El programa de comercialización debe trabajarse con anticipación, necesitará tiempo: “Romper un monopolio es complicado”. Para incentivar al agricultor, hay que planificar la logística, y vender el algodón lo más pronto posible, de “inmediato”.

Los operadores de la banca: con Costach

En cuanto al préstamo, felicitan a Costach por su iniciativa, provechosa. Insisten los operadores que se solicite unos meses antes (septiembre), para un crédito más “oportuno” (demora de Costach → demora del banco). Otra limitante es que la banca no da de un solo, por lo que unos prefieren vender a terceros. Varias respuestas de rechazo por los productores fueron mencionadas: “no quiero, porque no va a alcanzar”; “no viene completo”; “no viene de un solo”.

Para el futuro, señalan también los cultivos de la campaña chica, como complemento del algodón, por su precio atractivo: que Costach también solicite un crédito para estos.

No llega la asistencia técnica al agricultor, insisten todos: Costach, operadores, delegados. Capacitar al agricultor, antes de la siembra?

Costach tiene que solicitar el crédito más temprano, más tarde a finales de noviembre, y exigirlo en un solo desembolso.

La mano de obra es necesaria, por la cosecha en 3 veces: ha aumentado de 10 a 15 S en el 2010 a 20-30 S en 2011, 40 S en 2012. En promedio necesitan 90 a 100 días/ha de asalariados, 6 horas/día, 50% de mujeres. Precisan que por eso se han organizado los jornaleros. Cuando se avecina la cosecha, necesitan dinero, por lo que algunos venden

algodón al inicio para los sueldos de los cosechadores. Fue un 1r esfuerzo en 2011, “hagámoslo este año con más esfuerzos” (Costach).

La comercialización colectiva permite subir los precios de venta, y representa una garantía.

Costach necesita la “ayuda de Uds” (el Banco) para que el ministro se preocupe de la desmotadora, acordada (entre otros) por el ministerio después del paro de mayo de 2007.

Implicarse en la REDOPAN

Con el fin de promover el Asociativismo del pequeño productor agrario en la Región Piura, el fórum panel de REDOPAN (Red de Organizaciones de Pequeños Productores Agroexportadores del Norte), tuvo lugar con este tema el 30 de marzo en el Colegio de Ingenieros de Piura. La REDOPAN agrupa hasta el momento a APROCAPP (Asociación de Productores de Cacao de Piura); APROMALPI (Asociación de Productores de Mango del Alto Piura); ASPROMOR (Asociación de Productores de Morropón); CEPIBO (Central Piurana de Productores de Banano Orgánico); CEPICAFE (Central Piurana de Cafetaleros); y REPEBAN (Red de Productores Banano Orgánico Comercio Justo).

REDOPAN promueve espacios de diálogo y discusión en los cuales las autoridades locales, regionales y nacionales puedan definir un mayor apoyo a la asociatividad y fortalecimiento de las organizaciones de pequeños productores. “Si nos asociáramos, sería mejor”, “solo unidos podemos ser competitivos”, “favorecer el crédito a los pequeños y medianos”: ellos tienen una tasa de 5-6 % mensual, versus el 13% anual para los grandes.

Cuando discutieron las asociaciones y cooperativas, se demostró que no existe un modelo organizativo ideal. Cada una se ha construido “al ojo” al inicio. Es indispensable que se organicen los agricultores, y entre más modelos distintos, mejor, concluyeron... La cultura de asociatividad son capacidades y valores: gestión empresarial que respecta a los actores.

Este proceso marcó el inicio de un cambio en la orientación de “nuestras intervenciones”, apuntando al fortalecimiento de la asociatividad empresarial con miras a mejorar la competitividad de los pequeños productores. El comité propondrá a los adherentes que Costach se inscriba en la Red, ya que empezó a funcionar como una organización efectiva.

La asociatividad de los algodoneros es más compleja que para los del café: la “lucha es un poco más frontal”, “choque directo con Romero³” para “romper el monopolio”, “del algodón a la banca”, y contra el neoliberalismo.

Ventajas de Costach: organizarse para la comercialización “después de 21 años”

- Facilita (¿y perenniza?) el acceso al crédito para pequeños productores;
- Se articula con mercados de manera eficiente, lográndose reinsertar en el mercado;
- Tiene reuniones con varios actores: Mag, Fundagro, Fundeal, Agrobanco, municipalidades, desmotador,... participar en un esfuerzo conjunto con otros ‘aliados estratégicos’ para la elaboración de respuestas técnicas, económicas u organizativas⁴...

Alianza con la empresa desmotadora

³ Empresa que monopoliza el comercio del algodón en Piura.

⁴ Por ejemplo Ya se comprometió FUNDEAL (Fundación para El Desarrollo Algodonero) con Costach para difundir semillas mejoradas garantizadas (en la historia, hubo contaminación varietal).

En la desmotadora, son bodegas individuales para evitar contaminación, se separa por valle y por variedad. De calidad “extremadamente especial” según el director, por ser cosechado a mano y en 3 veces. Pero bajó la calidad después de la RA (20 años), y con pedazos de polipropileno, brácteas, suciedad... Insiste también que el 100 % de semilla certificada es un proceso caro, largo, pero provechoso, y “les felicito”. Esta desmotadora no comercializa, desmota solamente: “ha sido un abuso autorizado”. Por lo que tal alianza queda por ser construida y reforzada con los textileros. Ya Costach tiene un contrato con una empresa francesa. Otra relación con una empresa Suiza e Italiana a los cuales mandaron una “muestra industrial” para el 2012.

En cuanto al precio, nota que se fije desde el inicio, y que entre más calidad, mejor precio. Contesta Costach que la baja de precios no ha motivado a respetar la calidad.

Ya no existe sala de clasificación en la desmotadora, que será necesaria para “recuperar el concepto de clasificación/calidad”. Coinciden que tal sala será una entidad “oficial”, sea con parte asociativa y parte empresarial privada.

Ambas partes han mantenido contrato y convenio para el 2012, “puertas abiertas para el servicio”. En este caso, el valor de la semilla sirve a Costach para pagar el servicio, así como los intereses del crédito colectivo.

Los delegados “lo que hace falta es ayuda”; “volver a exportar (*directamente*)”.

Dicen que hay muchas diferencias en el manejo técnico, y no lo saben los productores: “ya tengo experiencia” dicen unos; otros presentan que han vivido experiencias reales con las cooperativas anteriores, tenían mucha asistencia técnica. Necesitan que se renueve tal asistencia tanto para el algodón como para los cultivos de la campaña chica. “Nuestra asociación” es una vía para reconstituirlo. “Nosotros –los *dirigentes*- tenemos que estar leales”.

La otra etapa es la de la comercialización: “¿Dónde lo colocamos?” ... “con el lobo Romero”.

Seguir fortalecimiento con extensión y mercados, lograr canalizar las ayudas para su desmotadora: argumentan que tienen una buena experiencia al exportar el algodón, por lo que volver a tener una desmotadora es vital, necesitan apoyo para seguir adelante. Felicitan a César por su trabajo como gerente de Costach. La asociación les facilita: un mayor poder de negociación; un acceso a los préstamos; el compartir riesgos y costos; la compra colectiva de insumos; unos procesos de capacitación; la mejora colectiva de la calidad; la gestión de la cadena de valor algodón.

Están los agricultores balanceados entre confianza y desconfianza, según los delegados. Los que no pertenecen a Costach, por desconfianza por las ex-cooperativas y la mala actuación de los dirigentes, y delegados agricultores que han olvidado “cultivar la confianza”. También citan a los “vicios de la parcelación”. Con ellos tienen que valorar “buenas prácticas agrícolas”: asesores técnicos vs talleres de “auto-capacitación” en técnicas y gestión; desmotadora propia; disminución progresiva de aplicaciones de agroquímicos, de “4 a 1”; relación precio de mano de obra vs precio de venta; agilizar crédito (cosecha); perennizarlo con una denominación de origen; e “inclusión de género”.

Futuro: “estamos renaciendo”;

2012, el año internacional del cooperativismo por la ONU.

- ¿Qué clase de articulación con los compradores/mercados/textileros⁵? Lograr estructurar un mercado alternativo al monopolio actual en Piura Con quién, tipo de contrato, duración, (comercio justo).
- Ocupar mejor y más los eslabones de la cadena de algodón Pima: desmotadora (fibra); hulería (hilo); tejido. Significa “buscar nexos”, salir al extranjero..., para repartir y valorar mejor el trabajo de los productores al retomar parte del valor agregado de la cadena.
- Nuevas variedades más precoces (1 mes) con la misma longitud de hebra.
- Capacitación de agente(s): para la clasificación para apoyar al Pedro, el único socio disponible (“clasificación honesta”); “Extensionistas”; Preparar una sola demanda completa.
- Capacitación de los mismos productores, tanto a nivel de manejo como de experiencia gerencial: les facilitará los instrumentos para reforzar su autonomía innovadora y de decisión, tanto a nivel técnico como económico.
- ¿Denominación de Origen?

La falta del registro de marca genera competencia desleal con productos textiles importados. Garantizar el Pima Peruano (o ¿Piurano?), “¿Dónde y cómo?”: se trata de garantizar el origen, el tipo propio de finura, de resistencia y de longitud de la hebra (40-45 mm), y el manejo (p.e. la específica cosecha a mano en 3 veces), para este tipo de denominación. El valle del bajo y mediano Piura (3 comunidades) y la zona del bajo Chila son las mejores zonas para el expreso de las calidades típicas del Pima, por ser rehabilitadas.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es él que maneja la gestión de las denominaciones de origen. Enuncia que:

- El registro de una Denominación de Origen (DO) supone, para los productores, ingresar de manera individual y efectiva a un régimen controlado de producción.
- El proceso necesita sustentarse en la participación activa y asociada de los mismos productores.
- Se requiere en la asociación candidata labores de sensibilización y difusión de las bondades, compromisos y responsabilidades inherentes a una DO.

¿Será posible esta perspectiva para este algodón que emigró, mejoró allá, y regresó a su país?

Necesitará elaborar con aliados y exteriores un pliego de condiciones.

- Mejorar la adecuación entre las necesidades de los productores y los hallazgos de la investigación agronómica
- ¿Ventajas-desventajas del algodón orgánico?
- La próxima Asamblea Plenaria está a finales de mayo de 2012 (anexo 3). Se discutirán:
 - Evaluación del 2011 (comercialización, incidencias, logros, errores);
 - Análisis del mercado nacional e internacional;
 - Quinto aniversario del paro: ¿Qué hemos avanzado? (p.e. el compromiso del ministro para una desmotadora, incumplido);
 - El acuerdo para integrar a Redopan;
 - Valorar el recoge manual de las flores podridas;
 - Futuro del fondo relevante del MAG.

⁵ En ese sentido, Oxfam les propuso contactos directos

Anexo 1: programa

PROGRAMA VISITA

| Día | Actividad | Responsables | |
|-----------------------------|---|---|---|
| Martes 27- 03-12 7.45 pm | Recepción en aeropuerto e instalación en hotel. | César Zapata Orestes Carrasco | Movilidad traslado Hotel Pre definición del programa |
| Mierc 28-03-12 10:00 am. | Exposición en Oficina COSTACH LTDA, Catacaos. Introducción General, Problemática Cultivo Algodón Pima Peruano, Gestiones Campaña anterior (2011) y actual (2012). Diálogo abierto | César-Orestes- Ricardo- Juana-Patty- Mila | Introducción: Diagnóstico y Proyecto Desmotadora. Perfil de COSTACH LTDA. Sistema de Acopio-Transformación y Comercialización Campaña 2011 |
| Jueves 29- 03-12 10:00 am. | Estructura Administrativa de COSTACH LTDA, Catacaos. Propuesta Plan de Negocios Acopio-Transformación y Comercialización Campaña 2012 Propuesta Proyecto Planta Desmotadora. Diálogo abierto Colaboración Ministerio-Costach, Piura | César – Orestes- Juana-Patty-Mila- Pedro. Dirección de competitividad agraria, promoción de asociación | Normatividad de COSTACH Sistema Administrativo Contable, Proyecto de enlace del financiamiento de la Campaña productiva y comercialización 2012. Proyecto SNIP Planta Desmotadora |
| Viernes 30- 03-12 9:00 am. | Foro REDOPAN “Asociatividad, limites y acceso a la tierra” (CEPIBO, CEPICAFE, REPEBAN, APROMALPI, ASPROMOR, APROCAPP), Piura. | | |
| Sábado 31 03 12 8:00 am. | Taller Encuentro con Equipo de COSTACH LTDA. de Apoyo a la producción, Catacaos. Operadores de Crédito Avío Agrícola Campaña 2012. Diálogo abierto | Cesar-Orestes-Genaro- Pedro-Operadores Agro Banco. | Operadores de Crédito: El crédito agrario, necesidades, mecanismos y fuentes. Individual y asociativo. |
| Domingo 01 04 12 | Día libre | Orestes | Discusión general |
| Lunes 02 04 12 9 a.m. | Taller Encuentro con Productores asociados, catacaos Diálogo abierto | César/Orestes/Patty/Mila: Directivos y Delegados de COSTACH y productores no asociados. | Taller en Oficina Costach. Acondicionamiento Básico. |
| Martes 03 04 12 8:00 am. | Visita de Campo a parcelas algodonerías: Sector Catacaos. Cura Mori/La Arena/La Unión/ Sechura Unos encuentros | Ricardo/Orestes | Movilidad |
| Miércoles 04 04 12 9:00 am. | Reunión con Instituciones vinculadas al trabajo de COSTACH LTDA, Catacaos: NORANDINO/CEPICAFE-FUNDEAL-UCISA-AGROBANCO | César- Orestes-Ricardo | Movilidad |
| Jueves 05 04 12 9 a.m. | Taller Catacaos con Directivos, personal y equipo Técnico, Propuesta de Plan de Trabajo 2012 con JNC- ESFIM y otros. Salida para Lima Reunión en Lima | Cesar - Orestes – Ricardo Reunión con Pierre Yves Le Gal, Eduardo Daniel Peñaflor, | Local de COSTACH LTDA.. Lima |
| Viernes 06 04 12 | Entrevista con Carlos Gomez, de la Universidad La molina | | Lima |
| Sábado 07 04 2012 | Salida | | |

Anexo 2: bibliografía consultada

Bourdieu, P. (2000). Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social. En: Bourdieu, P.: *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao, Desclée de Brouwer, pp. 131-164.

Carrasco, O. (2011). Algodón Pima: la crisis del producto bandera en la región. *El Tiempo, Semana*, suplemento Dominical 21/08/2011, pp. 14-15.

CEPAL, FAO, IICA (2012). *Respuestas de los países de América Latina y el Caribe al alza y volatilidad de precios de los alimentos y opciones de colaboración*. Boletín CEPAL / FAO / IICA, N° 1.






COSTACH (2011). Informe narrativo del proyecto de capacitación a medianos y pequeños productores de algodón Pima peruano para la campaña de acopio, selección, desmote y comercialización de algodón a cargo de Costach Ltda. en el año 2011. Informe narrativo n° 01.

INDECOPI. Denominación de Origen. Maravillas del Espíritu Peruano. Indecopi, Lima, 2011.

Innuritegui M. (2007). El rol del capital social en la pequeña agricultura comercial. En: Trivelli C., Escobal J., Revetz B. (Eds.) *Pequeña agricultura comercial: dinámica y retos en el Perú*. CIES, CIPCA, GRADE, IEP, pp. 185-244.

Anexo 3: La 10ª plenaria del 23 de mayo de 2012

Buenas prácticas agrícolas bajan el costo y aseguran buena calidad para obtener mejor precio:

-  Amigo algodónero deja que maduren y abran bien las bellotas, en más de la mitad de tu sembrío antes de la primera apaña, para garantizar la calidad de la fibra de exportación.
-  En la apaña y llenado usa sólo sacos y sacas de lona de algodón. No uses plástico ni paja rafia.
-  Escoge y limpia bien tu algodón: Sácale los duros amarillos y negros, sácale las hojas, palitos, ramas, hierbas y otros contaminantes.
-  No mezcles algodones de otras variedades, esos deprecian nuestro Pima Peruano.
-  En tu próxima siembra, usa sólo semilla certificada de FUNDEAL, buen abonamiento, mucho movimiento de suelo y control biológico.

AUSPICIAN:



COSTACH LTDA.
Piura - Perú



APAL - BPN
COZOPAL - SECH

APAL-BPN

Asociación de Productores de
Algodón del Bajo Piura Norte

COZOPAL-SECH

Comité Zonal de Productores de
Algodón de Sechura



COOPERATIVA DE SERVICIOS
MÚLTIPLES
"TALLAN-CHUSIS"-LTDA.
COSTACH LTDA.



X PLENARIA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRARIOS DE ALGODÓN PIMA PERUANO PIURA-PERU

DIA : MIERCOLES 23 DE MAYO 2012

HORARIO: DE 8:00 AM. A 3:00 PM.

LUGAR : PREDIO MONTE SULLON
(PARCELA DEL SR. CESAR A.
ZAPATA ALZAMORA) MONTE SULLON
CATACAOS - PIURA

**EN EL AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS
AVANCEMOS EN LA CONSOLIDACION DE LA
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL SOLIDARIA Y
RECUPEREMOS MERCADOS NACIONALES Y
EXTRANJEROS.**

costachltda@hotmail.com

apal-bpn@hotmail.com

INVITACION ESPECIAL

Invitamos a que participemos todos (as) los beneficiarios (as) del Programa de Crédito AGROPERU-AGROBANCO de los Predios, UCP's y Pequeños Agricultores (as) Algodoneros (as) independientes y de otros programas y cadenas productivas.

Todos (as) los (as) Directivos (as) y Delegados (as) de los Sectores integrantes de COSTACH LTDA.

Todos (as) los (as) Directivos (as) de Asociaciones y COZOPALES, de las Comisiones de Regantes y Juntas de Usuarios, de Comunidades Campesinas, CECOBOSQUE y CONVEAGRO.

Equipo Técnico de Operadores (as) de Crédito AGROPERU-AGROBANCO, y de otros programas y cadenas productivas.

Representantes de Instituciones Técnicas: FUNDEAL-UNP-SENASA-INIA-CODESE-PSI-ALAS, Organizaciones y Redes de Productores, ONG's, instituciones de Apoyo, Promoción e Investigación.

Invitamos especialmente a Autoridades Regionales, Municipales Distritales y Provinciales, Dirección Regional Agraria, Ministerio de Agricultura, AGROIDEAS, AGROBANCO, etc.

CESAR A. ZAPATA ALZAMORA
Presidente APAL-BPN
Gerente General COSTACH LTDA.

JOSE DEL C. PINGO BAYONA
Presidente COZOPAL-SECH.

JOSE R. YARLEQUE MENDOZA
Presidente C.A. COSTACH LTDA.

MIGUEL SILVA HUERTAS
Presidente CECOBOSQUE

TEMARIO:

1. Informar actividades de gestión de créditos de producción y comercialización de las Campañas 2011 y 2012: Resultados-áreas-beneficiarios-compromisos de comercialización asociativa.
2. Proceso Asociativo de Acopio, Desmote y Comercialización 2012. Créditos obtenidos, estrategias de mercadeo para alcanzar mejores precios.
3. Políticas promocionales desde el estado a favor del Agro Algodonero y Asociativo: Fondo AGROPERU, su continuidad y ampliación. Promoción a la Asociatividad: Estudios, Expedientes Técnicos y Plan de Negocios de Planta Desmotadora. Fondos de promoción desde el Gobierno Regional y los Municipios Distritales y Provinciales.
4. La Denominación de Origen para Revalorar el Algodón Pima Peruano, en los mercados nacional y extranjeros.
5. **ACUERDOS Y CONCLUSIONES:**

¡El Algodón Pima Peruano, sigue siendo el mejor del mundo: Revaloremos nuestra Producción, aplicando buenas prácticas agrícolas, agregando valor y fortaleciendo nuestra organización gremial y empresarial asociativa!